

Il presidente Assoturismo indica al nuovo governo le priorità del comparto

Dare ascolto alle pmi

Serve condivisione nelle future scelte turistiche

DI CLAUDIO ALBONETTI*

Non è per volersi elevare al rango di consumati commentatori politici (ben altri esperti e addetti ai lavori operano in questo campo), ma, come rappresentanti di piccole e medie imprese, non possiamo esimerci dal formulare la nostra valutazione riguardo al risultato elettorale del 13 e 14 aprile. Lungi da noi l'idea di esprimere considerazioni che non ci riguardano, ma sul perché sia maturato un risultato così eclatante e sul perché una stagione politica sia stata così duramente punita pensiamo che, in quanto rappresentanti di una categoria, una valutazione ci compete.

Prima di tutto, però, ci preme, come Assoturismo, formulare alla nuova maggioranza i migliori auguri di buon lavoro, auspicando una legislatura che assicuri stabilità e atti di vicinanza alle esigenze dei nostri turismi, assicurando come sempre la fattiva collaborazione di tutto il settore turismo di Confesercenti.

Se, per esprimere un parere riguardo al modus operandi delle piccole e medie imprese aderenti ad Assoturismo, dovessi usare uno slogan, dovrei dire che, in chiave elettorale, hanno spaventato molto di più le calcolatrici di Visco che non le minacciate fucilate di Bossi. Anche perché appariva evidente che, mentre le seconde erano del tutto virtuali, le iniziative fiscali di Visco erano purtroppo tragicamente reali. In effetti, tutto quanto è stato posto in essere in questi ultimi due anni, tanto in campo fiscale quanto in materia di lavoro, è stato fatto attraverso un'offensiva tendente a restringere e reprimere l'operatività delle piccole e medie imprese.

Tanto per citare alcuni esempi, parliamo della revisione unilaterale degli studi di settore, della normativa sugli scontrini fiscali e chiusura degli esercizi, dell'abolizione del lavoro a chiamata e delle limitazioni sull'apprendistato, capitoli estremamente punitivi per le imprese stagionali. Questo e ben altro veniva posto in es-

sero nei confronti delle nostre imprese, mentre rimanevano apparentemente ferme le iniziative per recuperare allo stato tutta quell'area della grande e vera evasione ed elusione legata all'operato della grande criminalità organizzata. Così come niente si muoveva per dare segnali importanti sulla reale diminuzione del costo della politica e dell'amministrazione dello stato.

Possiamo pensare che, per quanto riguarda i cosiddetti «indecisi sul voto», almeno per quelli riconducibili al nostro mondo, era più corretto parlare di veri e propri «infuriati».

Quanti potevano essere costoro? Lasciamo ai soliti esperti questa valutazione. Noi ci limitiamo a riportare le cifre indicanti la consistenza numerica di tutto l'universo delle pmi nel nostro paese e che corrisponde a oltre 5 milioni di unità. Attorno a questa ingente cifra si muove un numero di elettori composto, oltre che dai titolari, anche dalle famiglie, dalle maestranze, dai collaboratori. Desumiamo allora che il numero degli elet-

tori ipotizzabile rappresenti una consistenza, in termini di voto, decisamente superiore al gap di circa 3 milioni di voti che ha diviso i due schieramenti. Non che ne abbiamo la certezza, ma è ipotizzabile pensare che, in definitiva, molti piccoli imprenditori, per dirla alla maniera di Berlusconi, non abbiano voluto correre il rischio di fare «i coglioni» per la seconda volta.

Assoturismo, nel ribadire come sempre collaborazione, auspica però, almeno per quanto riguarda la rappresentanza delle imprese di turismo e commercio, che il nuovo governo faccia precedere alle decisioni che vorrà adottare una ben programmata «fase di ascolto», specialmente con quelle associazioni che operano a stretto contatto con le piccole e medie imprese sul territorio, al fine di acquisire quelle necessarie competenze sull'attuale stato delle cose utili a far sì che già i primi provvedimenti possano essere indirizzati verso una condivisa e più logica direzione.

* **Presidente Assoturismo**

I temi discussi alla recente assemblea, che ha eletto presidente Vincenzo Lardinelli

Tra i balneari serve più coesione

per dare forza alle istanze di settore

DI TULLIO GALLI*

Si è svolta di recente, alla presenza di oltre 100 delegati provenienti dalle principali regioni costiere, l'assemblea elettiva della Federazione italiana imprese balneari, Fiba-Confesercenti. Con Marco Venturi, presidente di Confesercenti, e Claudio Albonetti, presidente di Assoturismo, gli operatori turistici balneari aderenti alla Federazione hanno voluto riaffermare la necessità di una rinnovata mentalità imprenditoriale e sindacale per continuare la sfida diretta sia alla salvaguardia degli interessi e delle aspettative della categoria sia a una crescita dell'intero movimento turistico nazionale.

Venturi, in proposito, ha voluto ricordare l'impegno di tutta l'organizzazione sul tema dell'allungamento della stagione estiva, lavorando per una maggiore qualità dei servizi e

per un contenimento dei costi.

Albonetti ha sottolineato l'importanza di una maggiore coesione fra tutte le categorie turistiche, per elevare il nostro grado di rappresentatività globale e di forza contrattuale.

Di fatto, in molti hanno convenuto che è finito il tempo dell'isolazionismo e della cieca difesa corporativa e che occorre mettere in atto un'opera di lobby intelligente formulando proposte e un programma in grado di riqualificare l'offerta del turismo balneare. Temi come salvaguardia ambientale, arricchimento dei servizi, indipendenza energetica, attenta politica tariffaria sono argomenti di grande spessore sui quali la Federazione vuole iniziare ad articolare la propria azione.

Senza dimenticare, però, i punti chiave dell'attività sindacale di settore, riassumibili nella nota questione degli aumenti dei canoni demaniali, della natura delle pertinen-

ze, del libero accesso al mare, dell'erosione, dell'Iva, dell'Ici, del costo sproporzionato delle utenze, dei rinnovi delle concessioni, dell'eccessiva burocrazia.

Al termine dell'assemblea è stato eletto il nuovo presidente della Federazione che sarà chiamato a guidare la Fiba nel prossimo quadriennio. È Vin-

cenzo Lardinelli, di Viareggio, il quale, nel suo discorso di insediamento, ha voluto soprattutto ricordare l'incertezza che continua a gravare sulle imprese balneari e che rischia di produrre effetti devastanti, anche a livello occupazionale.

* **Direttore Fiba-Confesercenti**



Vincenzo Lardinelli

Brevi

regole devono essere chiare e omogenee per sostenere gli imprenditori».

Aiceb-Confesercenti. La regione Emilia Romagna ha disciplinato con la l.r. n. 16/04 i centri benessere all'interno degli hotel e recentemente ha approvato la l.r. n. 2/2008 su «L'esercizio delle pratiche e attività bionaturali ed esercizio delle attività dei centri benessere». «Sono contento», ha commentato Gian Marco Rossi, presidente nazionale Aiceb, «che anche a livello regionale si sia convenuto sulla necessità di regole, ma credo che non possano e non debbano coesistere leggi in contraddizione tra di loro sullo stesso argomento. Le

Ravenna.Arts and Events 100 Italian Cities-Borsa del Turismo delle 100 Città d'arte d'Italia, giunta alla 12ª edizione, si terrà a Ravenna, dal 22 al 25 maggio. L'iniziativa, promossa da Assoturismo-Confesercenti, viene organizzata dalla società Iniziative Turistiche, in collaborazione con l'Enit, gli enti locali e l'Apt dell'Emilia Romagna. La Borsa è il più importante evento nazionale per la promozione e la commercializzazione dell'offerta turistica relativa al patrimonio artistico e culturale dei centri minori.

ASSOVIAGGI

Basta con fuel surcharge

DI MAURO MAGGI*

Assoviaggi Confesercenti chiede l'intervento rapido dell'Antitrust contro l'esercizio scorretto della pratica degli adeguamenti carburante per i pacchetti turistici. L'Antitrust ha già ricevuto altre segnalazioni da parte di nostre strutture territoriali e lo scorso anno avevamo anche interessato il ministero dello sviluppo economico e il dipartimento per lo sviluppo e la competitività del turismo.

Nel merito, secondo l'articolo 90 del Codice del consumo (decreto legislativo n. 206/05), «la revisione del prezzo forfettario di vendita di pacchetto turistico convenuto dalle parti è ammessa solo quando sia stata espressamente prevista nel contratto, anche con la definizione delle modalità di calcolo, in conseguenza della variazione del costo del trasporto, del carburante, dei diritti e delle tasse quali quelle di atterraggio, di sbarco o imbarco nei porti o negli aeroporti, del tasso di cambio applicato. I costi devono essere adeguatamente documentati dal venditore».

Il legislatore, a tutela del consumatore, ha previsto tali adeguamenti se esplicitamente inseriti nel contratto, indicando tabelle e criteri di calcolo e dettagliando accuratamente ogni richiesta al cliente.

Nella pratica, tutto ciò viene regolarmente disatteso, mettendo gli agenti di viaggio nella condizione di essere gli esattori di importi della cui legittimità non sono neanche loro convinti. Per Assoviaggi, quindi, si potrebbero ravvisare gli estremi di pratiche scorrette e di abuso di posizione dominante da parte delle compagnie aeree.

La definizione delle modalità di calcolo, inoltre, rilevarebbe anche ai fini del controllo della congruità l'importo richiesto, considerando anche il cambio euro-dollaro.

Il colmo si raggiunge poi quando sullo stesso volo si ritrova a viaggiare chi ha acquistato un pacchetto di viaggio, a cui viene fatto pagare l'aumento del fuel surcharge, e chi invece ha acquistato mesi prima il solo volo, al quale l'adeguamento non può essere richiesto.

Tutelare il cliente è per noi essenziale e prioritario. Di queste mal practice fanno le spese anche gli agenti, che spesso pagano di tasca propria la differenza di prezzo per non minare il rapporto di fiducia con il cliente. Ma questo, ora, non è più sopportabile.

* **Coordinatore nazionale Assoviaggi Confesercenti**